

## 第一章 导论

“行成于思，毁于随。”

——韩愈

“比别人先一步思考、创新和构想，才能享受最后胜利的欢乐。”

——(日)松下幸之助

### 第一节 商贸逻辑的研究对象

#### 一、“商贸”、“商贸思维”与“逻辑”的含义

商贸是商业和贸易的合称，这里的商业是指商品交换的发达形式，是由商人投资专门进行商品买卖的经济组织形式。它不是自古就有、永远存在的社会现象，而是在一定历史条件下产生和发展，又在一定历史条件下消亡的历史现象。它虽然以商品交换为其基本内容，但并非所有商品交换都是商业。它的特征是：商业是一种专门从事商品买卖活动的行业；商业是由只从事商品交换活动的阶级——商人所经营的；商业是和独立的货币投资并以此媒介生产和消费相联系的。贸易，即商业。它是商品流通的地域范畴，一般分国内贸易和国际贸易。商贸，从汉语语法上说，是一个同义词根联合式的合成词；从概念上讲，商业贸易指称的对象是同一

的，都是指商品流通的经济形式或范畴。

商贸思维，即指从事商贸活动的人的思维。它是人类思维活动的一种类型。凡是商贸活动都是由人参与的，而人在参与商贸活动时总是要动脑子进行思考的，特别是作为经营者更是不可缺少的。商贸思维除了具有思维的一般特点，即具有间接性、概括性以及和语言不可分割的联系特性以外，还有它总是在其思维内容与思维形式的具体对立统一中进行的，即商贸思维总是在其客观内容——商品及其进货、运输、储存、销售，乃至盈利或亏损等物质现象、物质活动等相对应的主观反映形式——商贸概念、商贸判断和商贸推理等的具体对立统一中进行的。现代商家或从商人员，从来没有一个能够离开这种思维内容与思维形式的具体对立统一而进行思维活动的。

逻辑一词导源于古希腊文的 λογος( 逻各斯 )原意指思想、言辞、理性、规律性等多种。在现代汉语里，如同其他许多词一样是个多义词，在不同的语言环境有不同的含义。其一，是指客观事物本身的发展规律。比如“历史的逻辑”、“生活的逻辑”等。其二，是指主观思维的规则或规律。比如“讲话要有逻辑性”、“写文章要讲究逻辑”等。其三，是指某种理论、观点或见解。比如“强盗的逻辑”、“霸权主义的逻辑”等。其四，是指研究思维形式及其规律的逻辑科学。比如“广大干部要学点逻辑”、“辩证法、认识论和逻辑学三者是同一的”等。就逻辑科学(简称逻辑学)而言，又分为形式逻辑(含它的现代发展形态数理逻辑)和辩证逻辑两种。本书中的逻辑主要指建立在自然语言基础之上的传统形式逻辑和辩证逻辑。

## 二、商贸逻辑的研究领域及其定义

一般地说，商贸逻辑是研究商贸思维领域的逻辑问题。要理解和掌握这个问题，一方面必须得了解什么是思维，特别是商贸思维及其形式的特殊性；另一方面，还应当了解商贸思维领域中有哪些

逻辑问题，特别是这些逻辑问题在商贸思维领域中的具体表现如何。

思维是人脑的一种机能，是人脑对客观世界的一种间接而概括的反映。从哲学上说，它是一种理性认识。理性认识如同感性认识凭借着感觉、知觉和表象等认识形式反映世界那样，也是凭借着一定认识形式去反映世界的。理性认识即思维反映世界的形式，就是指概念、判断和推理等。而商贸思维是思维活动的一种，当然从总体来说，也离不开这些思维形式。不过，商贸思维的形式不是一般的思维形式，而是商贸思维这个特殊领域的思维形式，即它的思维形式总是含有商贸思维活动客观内容——商品及其进货、销售等的形式。如果离开了这些内容，那就不能称其为商贸思维形式。这就是说，商贸思维形式总是具有和其反映的客观内容密切联系不可分割的形式，总是具有活生生内容的形式。

那么，商贸思维领域有哪些逻辑问题呢？总的说来，就是商贸思维活动中所运用的商贸概念、商贸判断和商贸推理等商贸思维形式（含方法）及其基本规律的问题。比如，想从商或已从商者就有一个为什么要从商——商贸目标，和怎样从商——经营什么商品及其经营形式问题。这里就有“商贸目标”、“商品”、“商品经营形式”等商贸概念，同时，也不可避免地会思考和作出：“商品应当是物美价廉的”、“商业企业中的每一个成员都要把顾客当作上帝”、“经营形式必须灵活多样”等判断，以及由有关判断所组成的推理：“凡物美价廉的商品都是好销售的，××商品是物美价廉的，所以××商品是好销售的”等。同时，在商品的购进、运输、储存和销售过程中，也不可避免地要区分不同类型商品或同类型商品不同品牌间的性能、特点等，这就要用到“定义”、“划分”以及“归纳法”和“演绎法”等思维方法了。

这里，我们把商贸思维的形式和方法统称为商贸思维方式。由于商贸思维形式和方法，总是与商贸思维的具体内容密切联系不

可分割的特点，所以，商贸思维方式总是随着不同社会制度的商品经营的不同而不同的。在今天改革开放的社会主义中国，商贸思维方式不仅要有纵向思维方式和形式逻辑的思维方式，而且还有横向思维方式和辩证逻辑的思维方式。现代商家或从商者如果只是停留在和自己的过去比较或只是停留在相对稳定状态情况下思考问题，而不及其他或不能全面辩证地思考问题，那么，他的业绩肯定不会惊人，即使偶尔取得了一些业绩，那也会像肥皂泡那样很快衰退下来。郑州亚细亚商场及所属集团的兴衰史就说明了这个问题。（由于篇幅限制，不再具体陈述、分析，读者可参看《郑州晚报》1998年9月刊发的6篇关于郑州亚细亚商场及所属集团兴衰的调查，并自觉从思维角度加以分析。）

商贸思维方式（不论纵向的或横向的，形式逻辑的或辩证逻辑的），不是杂乱无章的，而是有其基本规律的。这种基本规律是从商贸思维的形式和方法中总结和概括出来的，反过来，它又制约和指导商贸思维的形式和方法。我们认为，它在本质上和总体上就是思维的确定性与灵活性相统一的规律。因为，如果商贸思维方式不具有确定性，那么商家或从商者就无法认识和论证任何一个商贸领域的问题，从而也就谈不上经商了。这显然不符合商贸活动实际。而如果商贸思维方式不具有灵活性，不随着社会发展和商贸活动实际的变化而变化，只在那固守纵向思维或形式逻辑思维方式，那么商家或从商人员的具体经营也就谈不上发展，甚至还会萎缩乃至倒闭。这显然不符合每个经营者的主观思维实际。所以，我们认为，从总体说来，商贸思维的基本规律应当是并且必须是思维方式的确定性与灵活性相结合的规律。这二者是缺一不可的，完整统一的。缺少了哪个方面都不符合当代商贸活动的实际，都会导致商务活动的萎缩甚至失败。当然，这两个方面并非对每个商家或从商者的每次思维活动都必须是各占50%。事实是，商家或从商者的每次思维活动都是以一方为主他方为辅的。究竟以哪方为主哪方为

辅，这就要看具体时间、处所和条件了，这是不能同日而语的。

综上所述，商贸逻辑就是研究商贸思维的特点、方式及其基本规律的科学。商贸逻辑，从总体或本质上说是逻辑科学，从具体上说，它是逻辑理论的应用或应用逻辑的一种。

### 三、商贸思维规律应当上升为逻辑思维规律

要理解和掌握这个问题，首先得从商贸经济规律谈起，因为，商贸思维规律是对商贸经济规律的反映，不理解被反映者就无法理解反映者。其次，还应当了解商贸思维规律与逻辑思维规律的关系，否则，为什么要由前者上升到后者就无从谈起。

规律，即隐藏在事物或现象内部的本质的必然联系。不论商贸经济这类事物如何复杂多样，也不论商贸思维和逻辑思维这两类现象怎样千变万化，它们的内部以及它们之间总是有其本质的必然联系的。

商贸经济作为一种经济行业、经济活动或经济现象，具有自身的固有规律，并且这些规律已有商业经济学从不同层面或角度进行了研究和揭示。一般说来：（1）从商品交换关系本质联系的层面或角度考察，有等价交换律、自愿让渡律和商品竞争律；（2）从商品流通条件的层面或角度考察，有供求律和货币流通律；（3）从商品购、销、运、存经营活动的层面或角度考察，有先买后卖为卖而买律、连续买卖和快卖快买律、投资增值律、最佳运输律、合理储存律和商品自然流向律；（4）从商业规模与发展趋势的层面或角度考察，有大商业律和国际化学律等等。<sup>①</sup>上述这些规律都是客观地普遍地存在于任何商贸经济现象内部的本质的必然联系，人们只能认识、掌握和利用它，而不得违反它，否则，就要受到惩罚。我们这里

参阅毕天璋等主编：《中国人知识库》，693页，长春，吉林人民出版社，1998。

所讲的商贸经济规律，主要是指商贸主体（经营者）购买与销售商品的经营规律。

商贸思维规律或称商贸逻辑规律，是商贸经济规律在人的主观意识中的反映。它是从商贸思维方式中总结概括出来，又反过来制约和指导思维方式的规律。这些规律是，以商品供求和价格变动互为因果律为基础，以贱买贵卖律为杠杆，以节约商品流通时间律为契机，以投资增值和实现利润最大化律为主要目的思考经营规律。这些规律相对于商贸经济规律来说尽管是第二性的，但它们却始终存在于每个商贸经营者的主观思维活动之中，驾驭着每种思维方式的运用。当然，这些规律归根结底是要受逻辑思维规律制约和指导的，否则，它们就不能获得正确有效的成果。

逻辑思维规律，即逻辑规律，是指所有人从事任何思维活动时（含商贸思维活动）所必须遵守的一般规律。由于逻辑思维阶段又分为悟性的（抽象的）和理性的（辩证的）所以不同的逻辑学所揭示或研究的规律也就不同。形式逻辑（含数理逻辑）揭示抽象思维阶段的规律，即抽象的同一律、不矛盾律和排中律，其作用在于保证人们思维的确定性。辩证逻辑揭示辩证思维阶段的规律，即具体的同一律、矛盾律和亦此亦彼律，其作用在于保证人们思维的灵活性。总之，两门逻辑分别揭示了两种逻辑思维阶段的规律。形式逻辑的规律可以概括为思维确定性规律，辩证逻辑的规律可以概括为思维灵活性规律。

由上述可知，商贸经济规律是客观存在的物质运动规律，商贸思维规律和逻辑思维规律都是人们主观思维活动的规律。那么，它们三者特别是后二者之间是否有关系呢？如果有，这种关系又是什么呢？关于前一和后二的关系，恩格斯早就明确指出：“我们主观的

参见周洪仁：《在与形式逻辑对比中确立辩证逻辑的基本规律》，载《哲学动态》，1994年增刊。

思维和客观世界服从于同样的规律，因而两者在自己的结果中不能互相矛盾，而必须彼此一致，这个事实绝对地统治着我们的理论思维。它是我们的理论思维的不自觉的和无条件的前提。”<sup>①</sup>这两个系列的规律在本质上是同一的，但在表现形式上是不同的。”<sup>②</sup>列宁也曾极其简明深刻地指出：“逻辑规律就是客观事物在人的主观意识中的反映。”<sup>③</sup>由此，我们不难看出：商贸经济规律与商贸思维规律和逻辑思维规律在本质上是同一的，但本质表现形式是不同的，它们在自己的结果中不能相互矛盾，必须彼此一致，这是理论思维必须遵守的无条件的首要前提。

这里特别需要指出的是后二者的关系，因为，只有搞清了后二者的关系，才能理解为什么要由商贸思维规律上升为逻辑思维规律。如前所述，商贸思维规律是从与商贸思维内容紧密联系的思维方式中抽象概括出来的，它不可避免的也带有与商贸思维内容密切联系的特点，否则，它就不能称为商贸思维的规律。而逻辑思维规律呢，则一般说来是撇开思维内容（含商贸思维内容），专门研究怎样运用概念、判断形式进行有效推理的规律。这两种思维规律，虽然在是否联系思维内容上迥然不同，但是不能由此作出它们之间没有什么联系的结论。因为，它们毕竟都是思维规律，而任何思维规律之间（扩而大之任何规律之间）都是有联系的，当然它们之间也不例外。我们认为，它们之间的联系是个别与一般的联系，即商贸思维规律是个别或特殊，因为它只是适用商贸思维这个特殊领域，而逻辑思维规律是一般，因为它适用于任何思维领域。由于“个别一定与一般相联而存在”、个别之中有一般，“一般只能通过个别而存在”，并且它反过来又制约、指导个别，所以商贸思维规律

① 《马克思恩格斯选集》第3卷，564页，北京，人民出版社，1972。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，239页，北京，人民出版社，1972。

③ 列宁：《哲学笔记》，196页，北京，人民出版社，1974。

之中一定隐含着一般逻辑思维规律，而逻辑思维规律也一定要制约和指导商贸思维规律。正是由于这个理论根据，所以我们主张将商贸思维规律上升为逻辑思维规律。事实也是如此，如商业经营之中的“贱买贵卖律”，如果商家在经营商品的整个思维过程中不遵守这条规律（即不具有确定性）那么他（她）的生意肯定会亏本。然而，如果不问市场行情、价格变动，只在那一股脑儿死守这条规律，而不是在有些商品上贱买贱卖甚至亏本也要卖（即不具有灵活性）那么他（她）的生意也肯定是要亏本的。总之，不论从理论上说还是从实践上说，商贸思维规律不但可以而且应当上升到逻辑思维规律；只有把商贸思维规律上升到逻辑规律，才能保证商家正确思维活动的进行，促进商贸事业的健康发展。

怎样把商贸思维规律上升为逻辑思维规律呢？或者说，怎样构建商贸逻辑的科学体系呢？这个问题比较复杂，可以从不同方面或角度考察。这里，我们根据本书的对象、内容和特点，并立足在总体的思路或方法角度考察，认为这个上升过程就是一个从抽象上升到具体的过程，因为，从抽象上升到具体这个过程或方法是构建科学理论（著作）体系的基本方法，对该书同样适用。而从抽象上升到具体的过程由三个环节组成，即起点（抽象的总体概念）、中介（抽象总体概念中一系列相互对立或联系的概念）和终点（多样性统一的具体概念），具体到商贸逻辑中，我们认为它的起点就是指商贸思维领域里最一般本质规定的“商贸目标”这个概念，因为它制约和统帅着其他概念，然后由此推演到与此起点概念紧密相关的中介概念即商品的“收购”、“运输”、“储存”与“销售”等经营活动的概念，以及与经营活动紧密相关的“商贸语言”与“商贸公关”的概念，使“商贸目标”这个概念向越来越丰富、具体的方面发展，以至达到“社会主义的商贸”这个多种规定性统一的终点概念。

## 第二节 商贸逻辑的作用

### 一、变自发商贸思维为自觉商贸思维

商贸逻辑是一门关于商贸思维方式及其规律的科学。它的根本任务就是总结人们经过长期实践而得出的商贸思维方式及其规律，并且从思维方式这一个方面，告诉人们在商贸活动中怎样思维是正确的，怎样思维是错误的。特别是社会主义市场经济的建立，更是向广大商家和从事商贸工作的人员提出了提高逻辑思维素质的迫切要求。无论商贸目标的选择和管理，还是商品的购、销、运、存等，都存在着一系列的逻辑问题。学习和运用商贸逻辑，有助于提高对商贸活动规律的认识，从而正确指导商贸经济的实践活动，大力发展商贸经济事业。商贸逻辑思维为正确指导商贸经济活动，发展商贸事业提供了必要条件。

有人会说，商贸活动领域许多有成就的人并没有学过商贸逻辑，不懂得逻辑知识，不一样为商贸经济的发展做出了贡献吗？应该承认，凡具有正常逻辑思维能力强的人，也会经过长期思考和摸索，达到对商贸事业的规律性认识，但这里却有一个水平高低、收获大小以及收效快慢之分，总之，有一个商贸思维效率高低之分的问题。而正确有效的思维方式是提高思维效率的前提或决定要素。提高思维效率的办法，主要就是选择掌握（或者发现）更优的思维方式。要达到选择、掌握更优的思维方式，就要使处于自发状态的逻辑思维转化为自觉状态的逻辑思维。列宁曾说：“逻辑形式是大家熟知的，可是……‘知道了的东西还不因此就是认识了的东西’<sup>①</sup>‘知道了的东西’就是自发商贸思维状态，而只有‘认识了的东西’”

<sup>①</sup>《列宁全集》，第 33 卷 26 页。

东西”，才是自觉的商贸思维状态。商贸逻辑为我们提供了有关商贸思维方式及其规律的系统的科学知识，所以学习商贸逻辑可以使我们变自发商贸思维为自觉的商贸思维，提高商贸思维效率，从而为发展商贸事业提供必要条件。

## 二、有助于商贸领域的战略决策和营销策略的选择

所谓战略决策，就是决定全局的总体思路和决策，所谓策略，就是具体的对策。一项决策正确与否，对于我们的事业关系极大；而一个决策是否正确，决策人是否具有正确的思维方式是一个决定性因素。商贸思维方式及其规律是影响商贸活动发展总体思路及其对策的基本因素，是制定正确的商贸战略决策和营销策略的必要条件。一定历史时期商贸活动开展得好与坏，发展的快与慢，首先固然取决于当时的政治经济环境，取决于当时的历史条件，但商贸逻辑思维方式的正确与否，也是当时商贸事业成功与否的必要条件。即如果没有正确的商贸思维方式，即使别的条件全都具备，商贸事业也断定是不会成功的。

无论是重大的商贸战略决策，抑或是具体的营销策略，从认识论来说，都是一种新的推断，一种“未知”的东西。如我们在社会主义新时期搞改革开放，到底应该实行计划经济模式，还是实行市场经济模式，这个问题就尖锐地摆在党的领导人面前。邓小平同志在经过严密的逻辑论证之后，明确地指出“计划经济不等于社会主义，市场经济不等于资本主义”，为建立社会主义市场经济体制作出了重大的决策。而这种新的决策，对于广大经济工作者和人民群众来讲，又是一种新的更高水平的认识。这种认识是运用概念、判断(命题)、推理、假说、论证等思维形式形成新的理论结果，并由于它的前提正确，推理形式符合逻辑，所以推论的结果也完全符合中国的社会发展实际。恩格斯说过：“甚至形式逻辑也首先是探寻

新结果的方法，由已知到未知的方法。”<sup>①</sup>他又说：“如果有正确的前提，并且把思维规律正确地运用于这些前提，那么结果就必定与现实相符。”这就意味着，如果能把商贸思维规律正确地运用于商贸领域中来，就能选择出与实际相符的战略决策与策略。

### 三、正确表达商贸思维的必备工具

商贸行为不是个别的买卖行为，作为一种行业，它是一种群体的经济行为，是由无数的商人活动所构成的。人们在从事商贸活动中，如何正确地表达和论证自己的思想，就是一个十分重要的问题。正确地表达和论证自己的思想，就像毛泽东同志要求的那样，努力使自己的文章或讲话达到三性要求。三性即准确性、鲜明性、生动性。从逻辑方面分析，准确的问题就是概念明确，判断恰当，推理符合逻辑的问题，鲜明性、生动性除了语法和修辞方面的修养以外，也有一个逻辑的问题。因为鲜明性、生动性也是建立在准确性基础之上的，除去了准确性，也就无所谓鲜明性和生动性。如我们在观察社会主义商贸规律时，首先要对什么是社会主义有一个认识。邓小平同志针对当时存在的一些模糊认识，旗帜鲜明地提出了：“贫穷不是社会主义。”<sup>②</sup>完整、准确、系统地阐述了社会主义本质：“社会主义的本质是解放生产力，发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终达到共同富裕。”<sup>③</sup>在这里邓小平同志是用“解放”、“发展”、“消除”、“最终达到”等概念来表述的，对社会主义本质作了准确、鲜明的概括。

商贸逻辑是关于商贸思维方式及其基本规律的科学。因此掌握了商贸逻辑有关知识，就能提高人们的商贸逻辑思维能力，帮助人们合乎规律地、正确地运用思维形式来达到概念明确，判断恰

《马克思恩格斯全集》，第 30 卷，174 页，北京，人民出版社，1972。

③ 《邓小平文选》第 3 卷，116、373 页。

当，推理合乎逻辑，准确地表述商贸思维。从这个意义上讲，商贸逻辑是正确地表达商贸思维的必备工具。

#### 四、批驳商贸思维的谬误和诡辩的锐利武器

在商贸活动中，人们限于认识水平或逻辑修养不够，无意地违反了商贸逻辑的规律或规则，这就形成了各种各样的商贸思维谬误。逻辑谬误一般地表现为概念不清，判断不恰当，推理不符合逻辑，论证缺乏充分根据，没有说服力等等。也有的出于某种特定的目的，故意地违犯逻辑规律或规则，这就形成了商贸诡辩。商贸逻辑就是发现和批驳各种商贸谬误或诡辩的有力武器。

在经济领域里，我国理论界长期把市场经济看做是资本主义特征，因而有人把在中国建立市场经济体制看做是在中国搞资本主义。这种认识除了思想内容方面的错误以外，也有思维方式方面的错误。实际上，这种认识过程可以列成这样一个三段论：

资本主义是搞市场经济的  
中国也是搞市场经济的

所以，中国也是搞资本主义的

凡具有逻辑常识的人都会看出，这是一个不符合逻辑规则的三段论，因为它的中项两次未周延。所以，认为在中国搞市场经济就是搞资本主义的说法，除了政治内容的错误以外，在逻辑上也是站不住脚的。又如，商贸理论界曾在相当长一段时间内，“流通无用论”、“商业被动论”占据主导地位，其根本原因在于否认了商业在社会再生产中的地位与作用，片面夸大了“一切以生产为中心”。这个认识的逻辑错误，就在于混淆了“简单的商品交换条件”和“发达的商品交换条件”这两个不同的概念。因为在简单的商品交换条件下，交换完全取决于生产，被生产所决定；而在发达的商品交换条

件下，“商品生产以商品流通为前提”<sup>①</sup>。学了商贸逻辑，掌握了逻辑知识和规律，我们就比较容易识别商贸思维中的逻辑错误，准确地揭露出商贸诡辩。

当然应当明确的是，商贸逻辑是我们揭露和批判各种商贸思维谬误和诡辩的必要工具，而不是惟一的手段。因为商贸逻辑仅仅是从思维规律或规则方面指出思维谬误或诡辩，还没有从理论上，思想上或内容上进行根本的分析和批驳。因此，为了从本质上揭露和批驳商贸思维谬误或诡辩，除了逻辑知识外，还应当认真学习唯物辩证法和有关的商贸业务方面的科学知识。

### 第三节 商贸逻辑与相关学科

商贸逻辑是一门新的学科，一门边缘学科。它是随着社会主义市场经济体制的建立、商业贸易的空前繁荣而建立起来的一门新的学科。正因为如此，所以对它的学科性质，以及它与别的相关学科的关系的认识还不很清楚，便是一件十分自然的事。我们想通过考察它与相关学科的关系，来更全面、深刻地认识商贸逻辑的对象、性质和作用，以便自觉地掌握与运用商贸逻辑这个工具。

#### 一、商贸逻辑与商业经济学、逻辑学的关系

首先，要弄清商贸逻辑与商业经济学的关系。诚然，商贸逻辑要涉及到商业贸易经济学的不少方面，如商品，商品进货、运输、储存乃至销售、商业语言、商业竞争和商业风险以及到商业贸易自身的基本规律等等，但商贸逻辑毕竟不是商业经济学。商业经济学是研究部门经济的一门学科，是政治经济学的分支，是马克思主义经济科学体系的一个重要组成部分。商业贸易处于生产与生产、生

<sup>①</sup>《马克思恩格斯全集》，第46卷上册，36页。

产与消费的中介地位，是沟通地区之间、城乡之间、工业与农业之间的桥梁和纽带。所以，商贸经济学是一门专门研究以货币为媒介的商品交换和商品流通过程中的各种经济关系及其运动规律的科学。简言之，是一门研究社会主义商贸运动规律的经济科学。商贸逻辑学的本质是研究商贸思维及其规律的逻辑科学，二者在本质属性上是根本不同的。这是其一。其次，二者的研究对象和角度也不完全相同，商贸经济学研究的对象是社会主义商贸物质运动规律，而商贸逻辑研究的是商贸思维方式及其规律，前者是实践领域的规律，是物质运动的规律，后者是思维活动的规律，是精神领域活动的规律，二者之间有本质的区别。

其次，要弄清商贸逻辑学与逻辑学之间的关系。商贸逻辑学是逻辑学的一个分支，是逻辑学基础理论与商贸实践活动相结合的产物。或者说它是一个边缘学科。商贸逻辑和逻辑科学，在其本质属性上，即研究思维形式及其规律上是一致的。商贸逻辑和逻辑学的联系突出表现在：（1）逻辑学是基础研究，是对人类思维形式或方法及其基本规律或规则的一般研究，比如概念、判断与推理的性质、特点和种类的研究，不同类型推理规则的研究等，而商贸逻辑是基础理论应用的研究，是紧密结合商贸思想内容的研究，没有了“基础”，也就没有了“应用理论”的研究。逻辑学是“根基”，商贸逻辑是“上层建筑”，没有了基础研究，商贸逻辑这个“上层建筑”研究也就不复存在。（2）商贸逻辑的研究，也必然大大丰富和发展逻辑学的研究。恩格斯说：“关于思维科学，和其它科学一样，是一种历史的科学，关于人的思维的历史发展的科学。而这对于思维的实践应用于经验领域也是非常重要的。”<sup>①</sup>商贸思维领域是一个非常广阔的领域，商贸实践是人类赖以生存、发展的重要社会实践，是充实和发展逻辑科学的一个重要源泉。我们对商贸逻辑的研究，能够

《马克思恩格斯选集》，第3卷，465页，北京，人民出版社，1972。

把逻辑理论研究引向深入，有助于发现新的逻辑理论生长点，进而展现出逻辑学的旺盛生命力。

商贸逻辑尽管与逻辑学有紧密的联系，但它们也是有区别的。这种区别表现在：(1)研究的范围不同，即外延大小不同。逻辑学是研究人类共同具有的思维形式及其规律的，它是不区分民族、阶级及国界的，它的外延大，范围广，而商贸逻辑则是特定的一种社会活动领域即商贸领域的思维方式及其规律的总结，是带有深深的历史的、民族的、地区的烙印。后者的外延小，范围窄。中国现阶段的商贸活动特点，显然不同于欧洲的资本主义发达国家的商贸实践活动，也不同于其他第三世界国家商贸实践活动，而反映商贸思维活动必然具有自己的特点。(2)作用范围不同。逻辑学的作用范围较宽广，适用于任何理论联系实际的情况，而商贸逻辑的作用范围狭窄，一般说来它只是作用于商贸思维领域逻辑理论联系实际的场合。(3)理论框架不同。逻辑学是由概念、判断、推理和论证等思维形式构成的理论框架，而商贸逻辑则是由商贸目标、商品收购、商品运输与储存、商品销售以及商贸语言、商贸公关所组成的理论框架。这二者的理论框架是明显不同的。这里需要强调指出的是，商贸逻辑不是商贸加逻辑，不是商贸知识加逻辑知识的机械组合或任意拼凑，也不是用商贸活动的个别例子去说明逻辑学原理，而是一门新的学科，一门有自己理论框架，有自己独特理论系统的新的边缘学科。

## 二、商贸逻辑和管理学等学科的关系

商贸逻辑和管理学也有一定的联系和区别。商贸逻辑要涉及到一系列商业管理方面的内容，如商贸目标的选择、商品的收购和储存等等，从某种意义上讲，研究商贸逻辑，就是为了更好地加强对商贸活动的管理，以求得更好的社会和经济效益。商贸管理在一定的意义上又可以说是工作方法和领导方法，而正确的工作方法

和领导方法，又是和正确的思维方式及规律相联系着的。如果商贸工作者没有起码的逻辑修养，做不到概念明确、判断恰当、推理正确，又怎么谈得上正确的工作方法和领导方法？所以我们讲，商贸逻辑和商贸管理有密切的联系，学习商贸逻辑能够积极推动商贸管理健康有序发展。

但商贸逻辑不是商贸管理学，更不是管理学。什么是商贸管理学？什么是管理学？商贸管理是一种实践活动，对这种实践活动的规律进行研究，并将其上升到理论，就成为商贸管理学。商贸管理学的研究对象就是社会经济活动的时间、信息和人、财、物的合理组织及其规律性。商贸管理学属于管理学的范畴，它是运用管理科学的原理来管理经济活动的科学。商贸逻辑虽然涉及到相当一部分商贸管理学内容，但它毕竟不是以人、财、物的合理组织及规律性作为自己的研究对象，而是以商贸思维方式及其规律作为自己的研究对象，所以它们在本质属性上是不同的，商贸逻辑不是商贸管理学，更不是一般意义上的管理学。

同样，商贸逻辑也涉及到部分语言学、伦理学、广告学和公关学的内容，要研究大量的商贸语言、商贸广告和商贸公关现象，但研究商贸语言、商贸广告和商贸公关现象，是为了总结和提炼商贸思维方式及其规律，让人们站在商贸思维规律和逻辑思维规律的高度上去分析、处理问题，指导工作，所以，商贸逻辑也不是语言学、伦理学、广告学和公关学。

## 第四节 研究商贸逻辑的原则与方法

### 一、正确认识商贸思维内容与形式的关系

贯彻思维内容与思维形式具体同一原则，要全面运用逻辑理论具体分析商贸领域及其学科中的逻辑问题，这是研究商贸逻辑

的最重要的原则，也是最关键的一步。

众所周知，思维内容即指思维的对象及其属性，而思维形式则是指藏纳或概括思维内容的形式，二者各有其质的规定性，是对立的。正是由于这种对立性才有研究思维形式的逻辑学和各门具体科学。然而，这种对立性在各种具体思维活动中又是统一或同一的，即思维内容和思维形式总是密切联系不可分割的。商贸逻辑的研究就是在这种具体统一或同一中进行的。如，商贸逻辑不可能撇开大量的活生生的现实商贸活动内容，大的方面如商贸目标的抉择与管理、商品收购、商品销售等等，小的方面如顾客的类型与心理分析、店容店貌、公关人员的基本素质要求等等，去进行纯粹的商贸思维形式研究，否则，商贸逻辑就不成为商贸逻辑，而成为适用于任何领域的逻辑学了。当然，如果仅仅停留在对商贸活动内容的关心和研究上，而不是运用逻辑基本理论与方法研究商贸实践活动中的逻辑问题，提出一些新的概念、新的观点、新的方法，初步形成特定的理论框架，那商贸逻辑也不成为商贸逻辑，就会成为商贸经济学或者商贸管理学了。思维内容和思维形式，舍弃了哪个方面都不能算之为商贸逻辑。

二、贯彻理论联系实际的原则。即从商务活动实际出发，用逻辑理论之矢去射商务活动之的

商贸逻辑是一门应用科学，一门工具性学科，它和社会主义市场经济，特别是和商品流通领域中的商贸活动实际联系非常紧密。它既要从大量的商贸实践活动中找到商贸思维的规律性，使之上升为理论，来发展和完善商贸逻辑学自身，又要用商贸逻辑的理论来指导商贸活动的实践。我们学习和研究商贸逻辑，就是为了指导商贸实践活动。特别是当前，社会主义市场经济机制刚刚建立起来，商贸事业遇到前所未有的大好机遇，又遇到从所未有的严重挑战。机遇和挑战，给广大商贸工作者提出了严峻的任务。解决这些